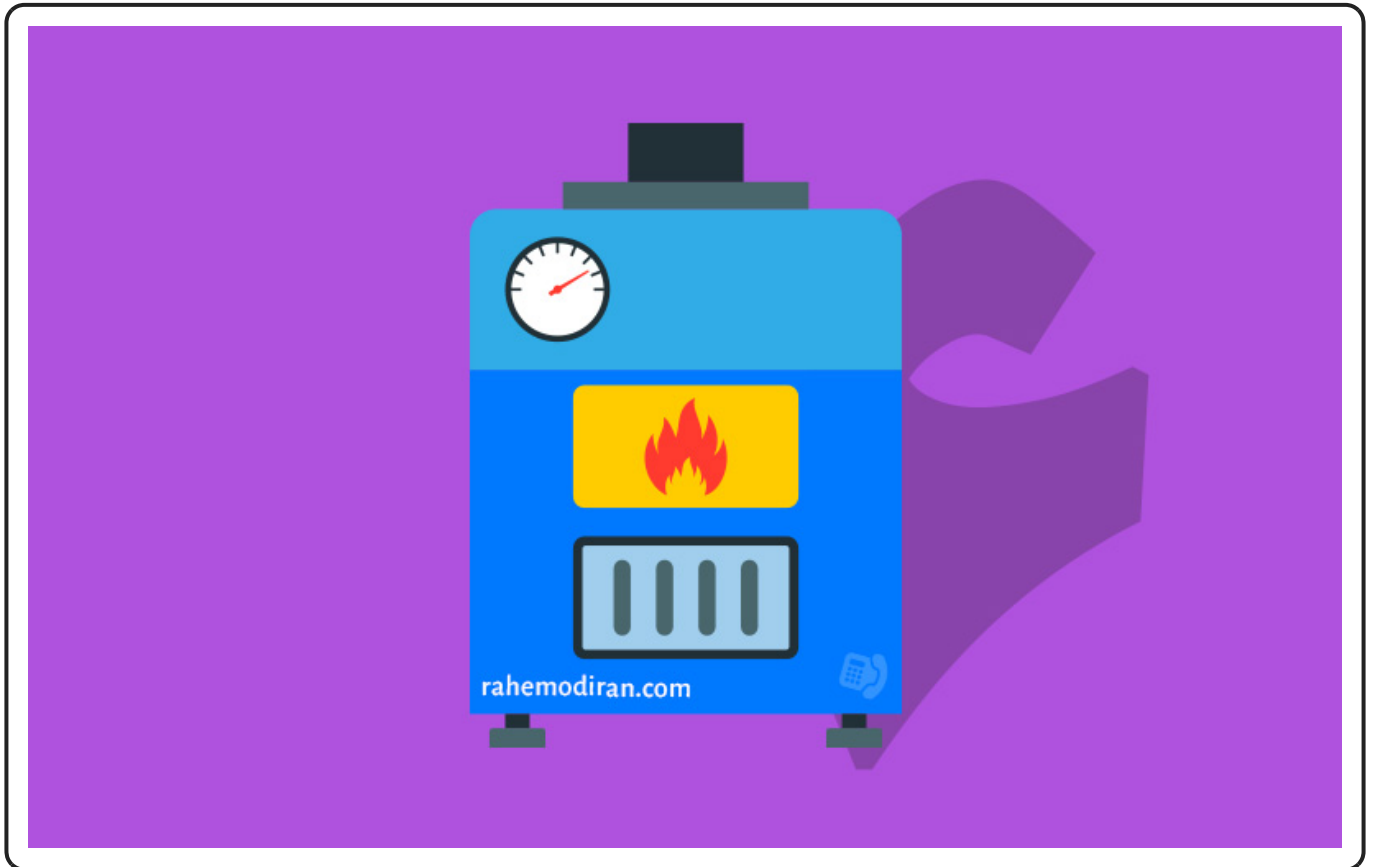




## ۶ مرحله برای گرم کردن تماس های سرد

اگرچه اصطلاح "تماس سرد" هنوز رایج است، اما نحوه انجام آن در دهه‌های اخیر به طور قابل توجهی تغییر کرده است. دیگر مثل قبل نیست که مشتریان بالقوه بدون هیچ پیش زمینه‌ای تماس های سرد را بپذیرند. چرا؟ امروزه، خریداران بسیار پرمشغله هستند و انتظار دارند که با آنها به صورت حرفه‌ای و با احترام رفتار شود. راه حل چیست؟ برای اینکه تماس های سردتان به ثمر برسد، باید قبل از تماس سرد، این ۶ مرحله را طی کنید. با راه‌مدیران همراه شوید تا گرم کردن تماس های سرد را با هم مرور کنیم.



## مراحل گرم کردن تماس های سرد

### مشتری احتمالی ایده‌آل خود را شناسایی کنید

قبل از گرم کردن مشتریان بالقوه، شناخت مخاطبان هدف‌تان از اهمیت بالایی برخوردار است. این اولین قدم به شما کمک می‌کند تا تلاش‌های خود را بر روی افراد متمرکز کنید که بیشترین احتمال سود بردن از راه حل شما را دارند و در نهایت باعث صرفه‌جویی در زمان و منابع شما می‌شود.

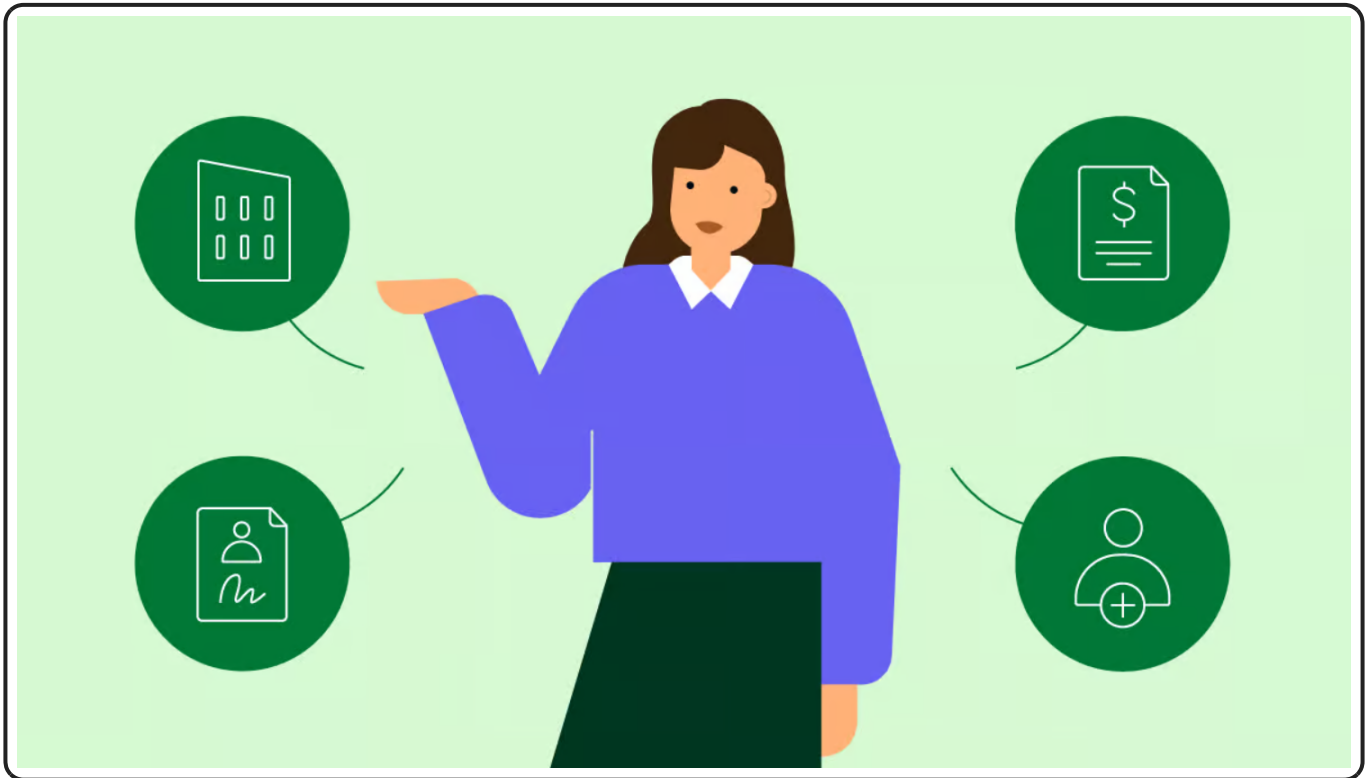
در این بخش یک روش ۳ مرحله‌ای برای شناسایی مشتریان ایده‌آل شما آورده شده است:

#### ۱. مشخص کردن پروفایل مشتری ایده‌آل (ICP) خود

- چه کسانی بیشترین سود را از راه حل شما می‌برند؟ عواملی مانند صنعت، اندازه شرکت و نقاط درد خاصی که راه حل شما به آنها می‌پردازد را در نظر بگیرید.
- چه کسی در سازمان قدرت تصمیم‌گیری برای خرید را دارد؟ تصمیم‌گیرندگان کلیدی خود را در سازمان مانند مدیران عامل، روسای دپارتمان‌ها یا مدیران تدارکات شناسایی کنید.
- چه کسی بودجه لازم برای سرمایه‌گذاری را دارد؟ مطمئن شوید که مشتری ایده‌آل شما منابع مالی لازم برای خرید راه حل شما را دارد.



- آنها در چه مرحله‌ای از سفر خریدار قرار دارند؟ آیا به تازگی از مشکل خود آگاه شده‌اند یا آماده تصمیم‌گیری هستند؟



## ۲. استفاده از ابزارهای تحقیق

- در لینکدین از فیلترها بر اساس صنعت، عنوان شغلی، اندازه شرکت و حتی کلمات کلیدی در پروفایل فرد برای یافتن افراد مرتبط استفاده کنید.
- اگر داده‌های مشتریان فعلی را دارید، CRM شما می‌تواند به شما در شناسایی الگوها و مشترکات بین مشتریان موفق‌تان کمک کند و در تعریف ICP شما یاری رساند.
- سرویس‌های تولید سرنخ: این خدمات با ارائه دسترسی به



سرنخ‌های پیش‌تأیید شده بر اساس معیارهای خاص شما، در زمان صرف شده برای تحقیقات اولیه صرفه‌جویی می‌کنند.

### ۳. دسته بندی مشتریان بالقوه

پس از تهیه لیستی از مشتریان بالقوه، آنها را بر اساس ویژگی‌ها یا نیازهای مشترک گروه بندی کنید. این کار به شما امکان می‌دهد تا پیام و پیشنهاد ارزشی خود را برای هر بخش خاص تنظیم کنید و شانس تبدیل خود را افزایش دهید.

با دنبال کردن این مراحل، می‌توانید درک روشنی از مشتری ایده آل خود و نحوه هدف قرار دادن آنها به دست آورید و حداکثر تأثیر را از تلاش‌های گرم کردن تماس‌های سرد خود ببرید.

### تحقیق درباره مشتریان بالقوه: گام دوم برای گرم کردن تماس‌های سرد

دومین قدم برای برقراری ارتباط گرم با مشتریان بالقوه، تحقیق درباره آنها و شرکتشان است. باید تا حد امکان در مورد دردها، اهداف، چالش‌ها، ترجیحات و علایق آنها اطلاعات کسب کنید. همچنین لازم در مورد صنعت، بازار، رقبا و روندهای کاری آنها اطلاعاتی داشته باشید.

برای جمع آوری اطلاعات مرتبط و به روز می‌توانید از منابعی مانند



وب سایت، شبکه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها، پادکست‌ها، مقالات خبری یا گزارش‌های شرکتی استفاده کنید. این کار به شما کمک می‌کند تا یک پیشنهاد شخصی سازی شده و جذاب ارائه دهید که نشان دهد به موقعیت آنها اهمیت می‌دهید و راه حلی دارید که می‌تواند به آنها کمک کند.

## **برقراری ارتباط از طریق ایمیل: گام سوم برای گرم کردن تماس های سرد**

گام سوم برای گرم کردن تماس های سرد، برقراری ارتباط از طریق ایمیل است. ایمیل روشی غیر مزاحم و مؤثر برای معرفی خود، ارائه ارزش و ایجاد کنجکاوی است. هدف این است که یک ایمیل کوتاه، واضح و جذاب بنویسید که توجه آنها را جلب کند، به چالش‌هایشان بپردازد و آنها را به اقدامی ترغیب کند.

برای اینکه ایمیل شما برجسته شود و با مشتریان بالقوه‌تان ارتباط برقرار کند، می‌توانید از تکنیک‌هایی مانند **شخصی‌سازی، داستان‌سرایی، اثبات اجتماعی یا فوریت** استفاده کنید. همچنین باید یک فراخوان به اقدام واضح و خاص نیز داشته باشید، مانند رزرو تماس، دانلود یک منبع یا پاسخ به یک سوال.



## برقراری ارتباط در شبکه‌های اجتماعی: گام چهارم برای گرم کردن تماس‌های سرد

گام چهارم برای گرم کردن تماس‌های سرد، تعامل با آنها در شبکه‌های اجتماعی است. شبکه‌های اجتماعی برای ایجاد اعتماد، اعتبار و صمیمیت با مشتریان بالقوه راهی عالی هستند. می‌توانید از پلتفرم‌هایی مانند لینکدین، توییتر یا فیس بوک برای دنبال کردن، لایک کردن، نظر دادن، به اشتراک گذاشتن یا پیام دادن به مشتریان بالقوه خود استفاده کنید. هدف شما این است که ارزش، بینش و بازخورد ارائه دهید، نه اینکه آنها را اسپم یا تحت فشار قرار دهید.

همچنین می‌توانید به گروه‌ها، انجمن‌ها یا جوامعی که مشتریان بالقوه شما در آنها حضور دارند، بپیوندید و در بحث‌ها شرکت کنید، به سوالات پاسخ دهید یا محتوایی به اشتراک بگذارید. این کار به شما کمک می‌کند تا خود را به عنوان یک فرد بانفوذ، یک منبع قابل اعتماد و شخصی با برخورد دوستانه معرفی کنید.

## ارجاع گرفتن از سوی مشتریان: گام پنجم برای گرم کردن تماس‌های سرد

گام پنجم در گرم کردن تماس‌های سرد، معرفی شدن از سوی کسی است که **مشتری بالقوه** می‌شناسد و به او اعتماد دارد. دریافت معرفی یکی از قدرتمندترین راه‌ها برای برقراری ارتباط گرم با مشتریان



بالقوه و افزایش شانس شما برای دریافت پاسخ مثبت و برگزاری جلسه است.

معرفی می‌تواند از طریق یک ارتباط مشترک، یک مشتری راضی یا فردی با نفوذ در صنعت شما صورت گیرد. شما می‌توانید برای دریافت ارجاع یا معرفی شدن توسط دیگران، توضیح دهید که چرا فکر می‌کنید این **مشتری بالقوه** از راه‌حلتان بهره‌مند می‌شود، چگونه می‌توانید به او کمک کنید و چقدر قدردان معرفی او خواهید بود. همچنین می‌توانید به عنوان قدردانی برای کمک آن‌ها، به معرفی کننده خود پاداش، جوایز یا تقدیرنامه ارائه دهید.

## **پیگیری: گام ششم و نهایی برای گرم کردن تماس‌های سرد**

گام ششم و نهایی در برقراری ارتباط گرم با مشتریان بالقوه، پیگیری آنها تا زمانی که پاسخی دریافت کنید یا با شما تماس بگیرند، است. با اینکه باید **پیگیر** باشید، اما **آزاردهنده** نباشید و با **هدفی مشخص** پیگیری کنید، نه اصرار بی‌جا.

می‌توانید از کانال‌های مختلفی مانند ایمیل، تلفن، پیامک یا **شبکه‌های اجتماعی** برای پیگیری مشتریان بالقوه خود و یادآوری پیشنهاد ارزش، پیشنهاد یا فراخوان به اقدام خود استفاده کنید. همچنین می‌توانید از فرمت‌های مختلفی مانند **ویدیوها، توصیفات، مطالعات موردی یا وبینارها** برای پیگیری و ارائه ارزش بیشتر، اثبات یا



آموزش به مشتریان بالقوه خود استفاده کنید.

هدف این است که حداقل سه بار با فاصله چند روزه پیگیری داشته باشید و همیشه تماس خود را با یک **گام بعدی واضح و مشخص** به پایان برسانید. دوره های راه مدیران در این زمینه می توانند بسیار کمک‌کننده باشند. اگر هنوز فرصت نکرده‌اید که نگاهی به این دوره‌ها بیندازید، همین حالا اینکار را انجام دهید.

[type="info" align="" class="" width] این مطلب دارای فایل مقاله صوتی و PDF در بخش عضویت الماسی است. بعد از خرید اشتراک الماسی راه مدیران به ده ها مقاله صوتی و PDF دیگر دسترسی خواهید داشت.[/type]

[type="shadow" align="aligncenter" class="" width]







لطفا برای دسترسی به این بخش از محتوا، ابتدا عضویت الماسی خود را تکمیل نمایید.

خرید عضویت الماسی

[box/]